



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



Fábio Benoni Alves Pinto Correia

REDES SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NO ÂMBITO
EMPRESARIAL E EDUCACIONAL

Rio de Janeiro

2013

FÁBIO BENONI ALVES PINTO CORREIA

**REDES SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NO ÂMBITO
EMPRESARIAL E EDUCACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof.^a Ana Maria Senna

Rio de Janeiro

2013

C824r

Correia, Fábio Benoni Alves Pinto

Redes sociais e sua influência no âmbito empresarial e Educacional / Fábio Benoni Alves Pinto Correia. – 2013. 54f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) - Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

Orientadora: Ana Maria Senna

1. Redes sociais. 2. Informação. 3. Conhecimento. 4. Interações sociais. 5. Inovação. 6. Empresas. 7. Educação. I. Senna, Ana Maria. II. Título.

CDU: 004.738.5

Fábio Benoni Alves Pinto Correia

**REDES SOCIAIS E A SUA INFLUÊNCIA NO ÂMBITO
EMPRESARIAL E EDUCACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

BANCA EXAMINADORA:

Aprovado em:

Professora Ana Maria Senna

MSc. Ciência da Informação

Orientadora

Professor Robson Santos Costa

MSc. Memória e Documento

Professora Ana Maria Carvalho

MSc. Computação

À minha mãe, que não me deixa desistir e faz com que eu siga em frente.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora Ana Senna, por sua atenção e dedicação durante todo o Projeto 1 e 2. Sua orientação em todas as fases e o tempo que dispensou, sempre que precisei, fizeram com que eu chegasse nesse resultado.

Um sistema com boa usabilidade é como um relógio: tão confortável e simples de usar, que quase não se dá por ele.

Smith e Hayes

CORREIA, Fábio Benoni Alves Pinto. **Redes sociais no âmbito empresarial e educacional**. 2013. 54f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

RESUMO

As pessoas estão inseridas na sociedade por meio das relações que desenvolvem durante a vida, ligando uma pessoa à outra e estruturando a sociedade em rede. Assim sendo, o presente trabalho propõe-se a fazer uma análise das redes sociais e como essa nova forma de relacionamento pela internet contribui em diversos setores da atualidade, na transformação e inovação das empresas e da educação. Busca-se demonstrar que as redes são espaços valorizados para o compartilhamento da informação e para a construção do conhecimento, abordando-se as relações entre informação, sua recuperação e disseminação, tendo em vista que essas constituem o foco das ligações que se estabelecem nas redes. Mostra-se como funcionam algumas das principais redes sociais que, através da troca de experiências, criam bases e geram informações relevantes por onde atuam. Tendo em mente que as redes são formadas por relações internas e externas, buscou-se para representar o ambiente educacional, por sua importância cultural, a Biblioteca da Floresta e como empresa, por sua excelência no mercado editorial, a Editora Ediouro. Foram descritos breves históricos de ambas, a descrição de suas páginas na internet e um relato de informações prestadas por ambas, através de envio de perguntas.

Palavras-chave: Redes Sociais. Informação. Conhecimento. Interações Sociais. Inovação. Empresas. Educação

LISTA DE SIGLAS

AOL	América Online
ARPA	Advanced Research Projects Agency
CERN	Centro Europeu de Investigação Nuclear
EAD	Educação a distância
HTML	Hyper Text Markup
IP	Internet Protocol – Protocolo de Interconexão
IBRAMERC	Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado
ONGs	Organizações não governamentais
TCP	Transmission Control Protocol – Protocolo de Controle de Transmissão
WEB	World Wide Web

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	A História da Internet	pag. 19
Figura 2	<i>Homepage</i> da Editora Ediouro	pag. 31
Figura 3	Página do <i>Blog</i> da Biblioteca da Floresta	pag. 34
Figura 4	Página da Biblioteca da Floresta no Facebook	pag. 35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	JUSTIFICATIVA	12
3	OBJETIVOS	13
3.1	Objetivo Geral	13
3.2	Objetivos Específicos	13
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
4.1	Histórico das Redes Sociais	13
4.2	Informação	16
4.3	Internet, Web	17
4.4	Orkut	20
4.5	Facebook	20
4.6	Twitter	21
4.7	Blogs	22
4.8	YouTube	22
4.9	Redes sociais: importância na atualidade	23
4.10	Redes Sociais nas Empresas	24
4.11	Redes Sociais na educação e a EAD	26
5	METODOLOGIA	29
6	ESTUDO DE CASOS	30
6.1	Ediouro	30
6.1.1	Histórico	30
6.1.2	Descrição do Site da Ediouro	31
6.2	Biblioteca da Floresta	33
6.2.1	Histórico	33
6.2.2	Páginas na Internet da Biblioteca da Floresta	34
7	RESULTADOS	37
7.1	Ambiente Empresarial – Ediouro	37
7.2	Ambiente Educacional – Biblioteca da Floresta	38
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
	REFERÊNCIAS	40
	ANEXOS	44

1 – INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje somente a informação já não é suficiente. Existe a necessidade de trocar dados continuamente. Hoje, a informação vem de forma rápida, muitas vezes quase imediata e se espalha em alguns segundos para milhares de pessoas se apresentando em diferentes formatos, como música, vídeos, imagens, etc. O compartilhamento da informação, o conhecimento interativo, traz uma nova forma de lidar com a recuperação da informação, motivando usuários a se dedicarem livremente a classificar a informação, levados pela integração social. Classificar é o processo onde se extrai a informação para reconhecer padrões. Através de uma série de referências pré-existentes, analisa-se a informação, compara-se e designa-se um conceito. Assim, hoje, o próprio usuário classifica a informação, compartilha com uma comunidade, navega pelas informações classificadas por outros, se integra e encontra pontos de interesse comum com outras pessoas. Esse é um fenômeno que ocorre nas redes sociais. Milhões de computadores interligados permitindo o acesso às informações variadas e qualquer transferência de dados, formam a Internet. Quem navega por ela, sabe que na conjuntura atual, cada um é disseminador das informações que estão ao seu redor, podendo fazer cobertura dos mais diversos fatos que estão no seu cotidiano. Dessa forma, o objetivo desse trabalho é fazer uma análise das redes sociais, englobando seu conceito, histórico e algumas das principais redes atuais e refletir a importância das redes na atualidade, para as empresas e para a educação. As empresas perceberam que não precisam mais ir longe, para fazer pesquisas em relação ao mercado. As redes sociais surgem como uma ponte entre o público e a empresa. A educação se expandiu ao não tornar a presença física necessária. A educação a distância é hoje uma realidade. O mundo se conectou. Trata-se de conectar dados e por isso não se pode analisar as redes sociais e a integração entre empresas, pessoas e instituições, sem enfatizar a importância da informação e sua recuperação. As informações na Web têm diferentes níveis de qualidade e as mais variadas formas, demandando novos métodos e tecnologias que gerenciem e recuperem a enorme gama de informação.

2 JUSTIFICATIVA

As redes sociais são inteligentes, democráticas e rápidas, participando do processo de gestão do conhecimento a partir do momento que há um enorme fluxo de informação e formação de opinião. Para Simmel (2006) “Sociedade é somente o nome para um círculo de indivíduos que estão de uma maneira ou outra ligados uns aos outros por efeito de suas relações mútuas”. O autor descreve esses fenômenos dos círculos como sendo uma característica da complexidade que envolve a sociedade contemporânea. O motivador para análise de redes sociais foi a necessidade de conhecer como elas se articulam e interagem entre pessoas, organizações, elementos sociais e culturais interferindo diretamente em diversos processos no contexto atual da sociedade como, por exemplo, o uso pela primeira vez em uma campanha presidencial dos Estados Unidos da América por Barack Obama, onde o engajamento dos eleitores nas redes sociais foi fator decisivo no sucesso dela, pois o candidato foi aonde os eleitores estavam. As mídias sociais também foram cruciais para a derrubada de governos autoritários e ditaduras no mundo árabe, pois ajudaram a contornar restrições de organização política e social. Entre empresas, elas vêm se tornando decisivas, pois, estão rastreando todos os passos de seus consumidores, os comentários com amigos, fotos, comunidades, o que gostam ou não, etc. Educação e redes sociais estão cada vez mais próximas, pois são ferramentas que auxiliam, permitindo que cada um se expresse de forma natural, diminuindo as barreiras existentes. O conhecimento cresce quando é compartilhado e surge da interação entre pessoas e meio. Integrar ambientes em que se compartilha interesses favorece a sensação de pertencer a determinado grupo, o que é um importante caminho para estimular o aprendizado.

3 OBJETIVOS

Abaixo, apresentamos os objetivos geral e específicos, que nortearão o propósito neste estudo.

3.1 OBJETIVO GERAL

Analisar as redes sociais da Internet destacando a sua influência em ambiente empresarial e ambiente educacional.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Abordar definições e a história que norteiam as redes sociais na Internet.
- Diagnosticar o uso das redes sociais, com base em revisão bibliográfica e análise empírica e sua importância para as empresas tendo como estudo de caso a EDIOURO.
- Diagnosticar o uso das redes sociais, com base em revisão bibliográfica e análise empírica e sua importância para ambientes educacionais, tendo como estudo de caso a Biblioteca da Floresta.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A abordagem neste item é embasada em autores que têm contribuído para a área.

4.1 HISTÓRICO DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais como objeto de pesquisa estão presentes desde que os estudos de Sociologia se tornaram presentes no final do século XIX e começo do século XX. Mas é com o advento da Internet e da web que esses estudos saem do mundo da pesquisa social para a prática do dia a dia das pessoas comuns.

Rede social representa interação, troca social e os homens sempre estabeleceram relações entre si, formando comunidades, redes de relacionamento e a forma como isso acontece vem acompanhando a evolução das tecnologias da informação e da comunicação. O que sempre motivou as pessoas foi a necessidade do ser humano de compartilhar com o outro, de criar laços. “Por transposição, a rede é assim um instrumento de captura de informações” (FANCHINELLI; MARCON; MOINET, 2004, p.1).. Rede Social, segundo Marteleto (2001, p. 72), representa “um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Castells (1999, p. 498), define rede social como “um conjunto de nós interconectados”.

Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. (http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_social)

As redes sociais existem em diversos níveis, sendo que o ponto comum é o compartilhamento de informações, conhecimentos e interesses. Um clube de futebol, a igreja, a sala de aula, uma empresa, são exemplos de redes sociais e quando essa interação social passa para o ambiente online, temos as chamadas redes digitais. Conforme a Wikipédia (http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_social), “há redes comunitárias (que reúnem os interesses comuns dos habitantes de bairros ou cidades), profissionais (que visam ganhos) e as sociais online (tem como objetivo principal compartilhar interesses e/ou atividades)”. Existem também redes sociais públicas de livre acesso, e as redes sociais pessoais, para família ou amigos de acesso restrito.

Estar em rede significa ser capaz de fazer uso da capacidade de ser sujeito (ativo e responsável), sugerir mudanças, administrar complexidade e incentivar a articulação, o fortalecimento e se necessário, a (re)construção continua das redes (ROCHA, 2005, p. 3 apud SIONY, 2010, p. 38)

Antes da internet como conhecemos, foram feitas outras tentativas de criar uma rede com informações compartilhadas entre os usuários e todas desapareceram tão rápido quanto surgiram. Segundo artigo de Arruda (2012), uma dessas redes era *Viewtron System* que foi lançado em 1983, para testes em apenas uma região dos Estados Unidos (na Flórida). Era uma espécie de teclado, dedicado exclusivamente para usá-lo, ligado na televisão que se conectava com a linha telefônica, e o usuário podia acompanhar notícias e até pedir comida para ser entregue em casa. Também era necessário ter uma televisão em cores, pagar mensalidade e dispor de linha telefônica para comunicação com a central. Como muitas tecnologias à frente do seu tempo a *Viewtron* não conseguiu criar um mercado e foi cancelada em 1986.

Depois do surgimento da internet, na década de 90, a web seria idealizada por Tim Berners-Lee. Os *e-mails*, ou endereços eletrônicos, apareceram como a primeira forma de comunicação e troca de arquivos e de relacionamento na internet. Conforme artigo de Natanael Oliveira (2012) sobre a história das redes sociais “o ClassMates.com, um serviço pago, surgiu em meados de 1995 onde figurava como a primeira rede social na internet”. Muito utilizado nos Estados Unidos e no Canadá, o *site* tinha *layout* simples e o objetivo de possibilitar reencontros entre amigos que estudaram juntos. A América Online foi uma das pioneiras na categoria bate-papo. O AOL Messenger transmitiu em 1997, mesmo com o acesso limitado aos assinantes, as primeiras mensagens instantâneas. Também em 1997 a primeira rede social, que permitia a criação de um perfil virtual, bem como a publicação e listagem de contatos, foi a Sixdegrees. Ainda, segundo OLIVEIRA (2012) “entre 1997 e 2002 várias redes sociais foram criadas, uma das que mais se aproxima do formato atual é a rede chamada Friendster, criação de Jonathan Abrams”. Logo após, surgia a rede social conhecida como My Space, que se destacou por se mostrar uma rede social totalmente interativa, com espaços para músicas, fotos e um *blog* que poderia ser personalizado por cada usuário. Tornou-se uma das redes mais populares do mundo. Em 2003, surgiu o LinkedIn que tinha como foco principal o assunto profissional. Era conhecida como um recurso para os empresários que queriam se comunicar com os outros profissionais. O LinkedIn foi a origem de algo muito comum hoje em dia, que é a criação de *sites* de relacionamento segmentados, voltados a apenas um determinado tipo de público e não para o internauta em geral. A primeira rede a atingir grandes níveis de público foi o Orkut, criado em 2004, pelo engenheiro turco e funcionário do Google chamado Orkut

Büyükklkten. Ainda em 2004, o Facebook, seria fundado pelos ex-estudantes da Universidade de Harvard, Mark Zuckerber, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Cris Hugnes. No início o Facebook funcionou de forma restrita para os estudantes de Harvard, mas com o tempo expandiu-se para outras universidades e, em 2006, qualquer usuário com mais de 13 anos poderia criar o seu perfil no Facebook. “Em 2006, a rede social Twitter foi lançada pela Obvios Corp” (TORRES, 2009), e é até então, considerada a mais inovadora no que se refere à velocidade da informação. “Trata-se de uma espécie de rede social, na verdade um *micro-blogging*” (VIEIRA, 2009). Após algumas tentativas, o Google lançou em 2011, o novo projeto chamado de Google+ ou plus. A idéia inicial da rede Google+ seria permitir uma interação dos usuários de maneira seletiva, dividindo em círculos cada grupo de amizade. Utilizando ferramentas como o *Hangout* onde é possível fazer uma conferência em tempo real com vários usuários.

4.2 INFORMAÇÃO

A informação é uma necessidade para o funcionamento do mundo. É preciso saber como obter a informação, como apresentá-la, como usá-la e como conhecê-la. É preciso estar atento ao que acontece. Quando fazemos uma pergunta, estamos pedindo informação. Ao ler um jornal, uma revista, ou ao ouvir uma música, sabemos que estamos lidando com algum tipo de informação. Usamos, absorvemos, assimilamos, manipulamos, transformamos, produzimos e transmitimos informação durante o tempo todo. A informação permite resolver problemas e tomar decisões, tendo em vista que “são dados organizados de modo significativo, sendo subsídio útil à tomada de decisão” (MIRANDA, 1999, p. 285). A informação é base do conhecimento e para encontrá-la, é preciso usar de forma eficiente as ferramentas de busca.

A Recuperação da Informação (RI) é uma área de pesquisa e desenvolvimento, que investiga métodos e técnicas, para a representação, a organização, o armazenamento, a busca e a recuperação de itens de informação, com o objetivo principal de facilitar o acesso a documentos relevantes à necessidade de informação do usuário, geralmente representada através de consultas baseadas em palavras-chaves (FERNANDES, 2010, p.5)

Com a chegada da Internet, também surgiu o problema de tornar mais acessível um acervo crescente de conhecimento. Conhecendo as diferentes formas de coletar e estruturar as informações que caracterizam os diversos buscadores disponíveis na Internet, é possível extrair todo o potencial de cada ferramenta e localizar as informações desejadas de forma mais eficiente. Pode-se medir a eficiência de um buscador, pela sua capacidade em apresentar, logo nas primeiras linhas, as informações que atendam às necessidades dos usuários. A principal dificuldade está em prever, as palavras ou expressões que foram usadas para representar os documentos e que satisfarão sua necessidade. Com o aumento da quantidade de documentos disponibilizados nos sistemas de informação este processo de predição é dificultado pelo número elevado de documentos resultantes das buscas. Segundo Marcos Miranda (2008), “a RI em ambientes virtuais encontra dificuldades devido a Internet ser construída, desconstruída e reconstruída segundo uma lógica, distante dos princípios da organização do conhecimento”. É preciso construir um banco de dados amplo, com informações de qualidade, capaz de entender a informação que o usuário, na sua maioria inexperiente, quer recuperar. Por sua vez, é preciso que o usuário tenha capacidade de oferecer ao banco de dados elementos suficientes para que seja selecionado um conjunto de itens que constituam a resposta que procura. “Elaborar uma estratégia de busca é formular uma tática para recuperar informações armazenadas em um banco de dados” (BRANSKI, 2003, p.8). Essa estratégia será eficiente, se as informações recuperadas atenderem às necessidades do usuário. Disseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados, representado pelos estudos de usuários, organizações, perfis, comportamentos, etc. A socialização do saber depende da construção do conhecimento mediante a transferência da informação em diferentes contextos por meio do impresso e do eletrônico sendo que a leitura permanece cumprindo o seu papel.

4.3 INTERNET E WEB

A Internet é um conjunto de inúmeras redes de computadores, conectadas entre si, que permite a comunicação, partilha de informações, programas e equipamentos entre seus usuários. Constitui a infra-estrutura por onde passa grande volume de informações e outros serviços. Segundo a Wikipédia (http://wikipedia.org/wiki/Historia_da_Internet), a Internet teve origem em uma rede, a Arpanet, criada pela ARPA, sigla para Advanced Research

Projects Agency. A Arpanet surgiu a partir de pesquisas do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, que queria dispor de um conjunto de comunicação interligando vários centros militares e de pesquisa com objetivos de defesa, na época da Guerra Fria.

[...] o pesquisador Paul Baran concebeu um conjunto que teria como base um sistema descentralizado. Esse cientista é considerado um dos principais pioneiros da internet. Ele pensou em uma rede tecida como uma teia de aranha (*web*, em inglês), na qual os dados se movessem buscando a melhor trajetória possível, podendo “esperar” caso as vias estivessem obstruídas. Essa nova tecnologia, sobre a qual também se debruçaram outros grupos de pesquisadores americanos, foi batizada de *packet switching*, “troca de pacotes”. (DUMAS, 2007)

Segundo Nunes (2007) “A Internet é um imenso sistema de redes e de computadores permanentemente interligados entre si a nível mundial”. O autor também aponta que esses “funcionam como emissores e receptores de informação, utilizando para isso um conjunto de protocolos de comunicação denominados Protocolo de Controle de Transmissão (TCP) e Protocolo de Interconexão (IP)”. ARPANET, segundo Dumas (2007), “a princípio conectaria as Universidades de Stanford, Los Angeles, Santa Barbara e de Utah”. Em 1971, o engenheiro americano Ray Tomlinson criou o correio eletrônico. No ano seguinte, Lawrence G. Roberts desenvolveu um aplicativo que permitia a utilização ordenada dos e-mails. As mensagens eletrônicas se tornaram o instrumento mais utilizado na rede. A ARPANET seguiu sua expansão durante os anos 1970 – a parte de comunicação militar da rede foi isolada e passou a se chamar MILnet. Outras redes, conectando institutos de pesquisas, foram criadas nos Estados Unidos, Grã-Bretanha e França. Faltava estabelecer uma linguagem comum a todas. Isso foi feito com o protocolo TCP/IP, inventado por Robert Kahn e Vint Cerf em 1974. A ARPAnet adotou essa padronização em 1976. E assim começou a aventura da *web* com seu primeiro milhar de computadores conectados.

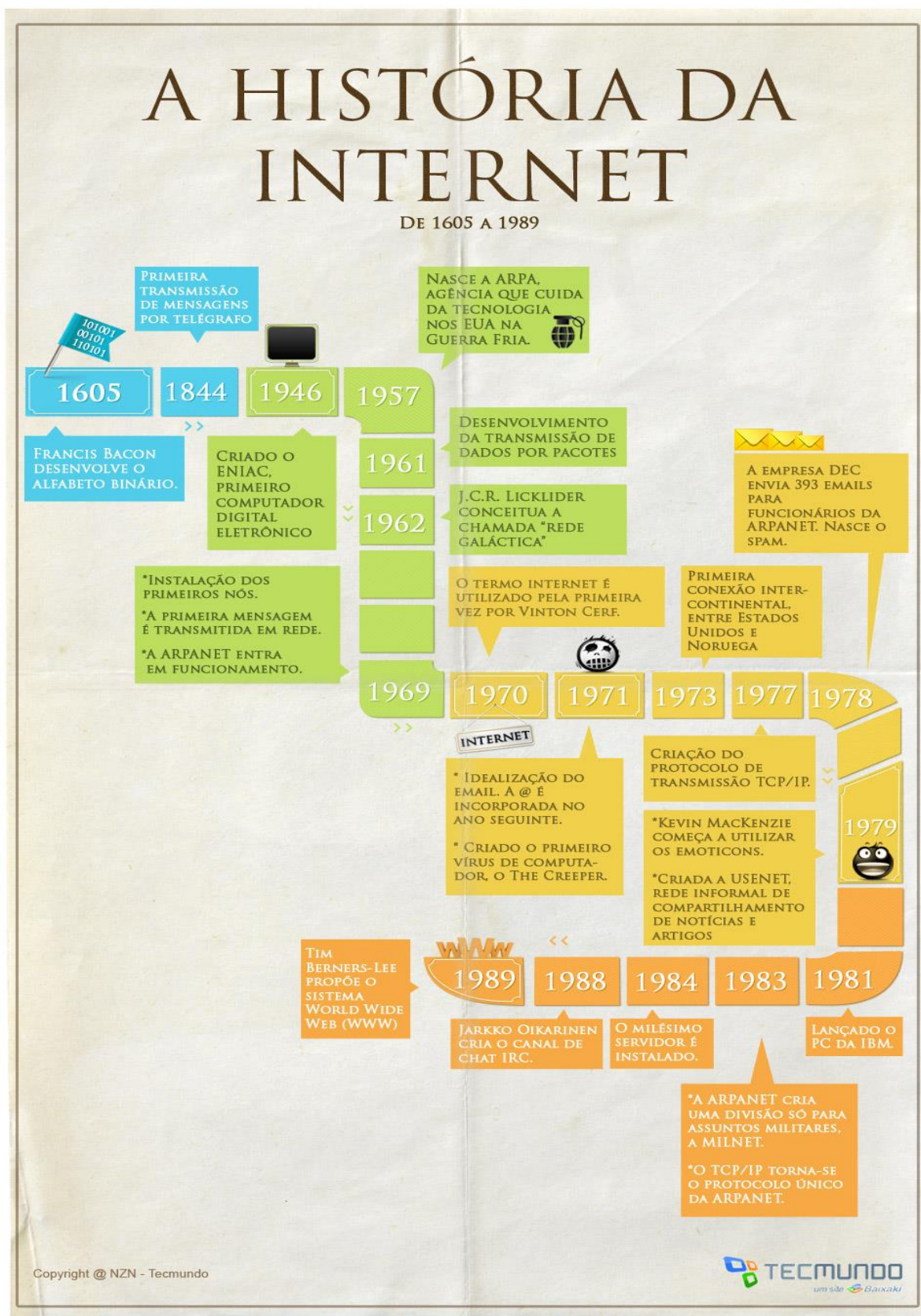


Figura 1: A História da Internet

Fonte : <http://www.tecmundo.com.br/infografico/9847-a-historia-da-internet-pre-decada-de-60-ate-anos-80-infografico-.htm>

Atualmente, parte significativa da informação disponível na Internet é fornecida através da *World Wide Web* ou *Web*, que “é um sistema baseado em hipertexto, que constitui a capacidade de ligar palavras ou frases de uma página *web* a outros recursos da Internet através de *links*” (BRANSKI, 2003, p. 8). Quando se clica com o mouse sobre um *link*, ele remete para outro ponto dentro do mesmo documento, para outra página web ou mesmo para outro site diferente daquele originalmente acessado. Pode-se, ainda, abrir automaticamente uma mensagem de *e-mail*, baixar algum *software* ou artigo etc. Estão disponíveis na *web* milhares de páginas cobrindo os mais variados assuntos e interesses. Esse conceito foi criado no CERN (Centro Europeu de Investigação Nuclear) em 1991, por uma equipe que pertencia a Tim-Berners Lee, o inventor do conceito de hiperligação e considerado hoje, como fundador da *web*.

4.4 ORKUT

O Orkut é uma rede social filiada ao Google, criada em 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a conhecerem pessoas e manter relacionamentos. No Orkut, o usuário pode tornar-se membro das comunidades existentes, nos mais variados assuntos, como celebridades e seriados, disciplinas da escola ou até de manias. O Orkut 17 é um *software* social que alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros. Apresentado em janeiro de 2004, por Orkut Buyukkokten, e criado enquanto o mesmo era aluno da Universidade de Stanford e funcionário do Google (RECUERO, 2004), o sistema apenas permite a entrada de quem foi convidado por alguém já cadastrado nele. O Orkut funciona basicamente através de perfis e comunidades. Os perfis são criados pelas pessoas ao se cadastrarem, que indicam também quem são seus amigos. As comunidades são criadas pelos indivíduos e podem agregar grupos funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto).

4.5 FACEBOOK

O Facebook foi lançado em 2004 e é a rede social sobre a qual mais se tem falado atualmente, pois possui o maior número de usuários. Fundado por ex-estudantes da Universidade de Harvard, inicialmente a adesão ao Facebook era restrita apenas a estudantes de lá, mas logo foi estendido para outras universidades e rapidamente espalhou-se pelo mundo. “O Facebook é gratuito para os usuários e gera receita proveniente de publicidade” (<http://www.significados.com.br/facebook>). Como toda rede, requer um cadastro simples com nome, *e-mail*, localidade e data de nascimento do usuário. “Com base nos dados fornecidos, o Facebook sugere uma lista inicial de amigos” (PANISSI, 2009). Funciona com o usuário criando um perfil que contém fotos e listas de interesse pessoal, trocando mensagens privadas e públicas entre si e grupos de amigos. Apenas membros de uma mesma rede ou amigos confirmados podem visualizar os dados detalhados de um membro cadastrado. Existem várias ferramentas disponíveis no Facebook, como o mural que é um espaço que fica na página do perfil do usuário o qual permite aos amigos postar mensagens para ele ver. O Facebook possui aplicativos diversos com assuntos e eventos variados onde a pessoa pode convidar todos seus amigos para um determinado evento. Você pode adicionar seus vídeos preferidos ao seu perfil, mostrar as cidades que você já visitou, copiar suas fotos, adicionar os aniversários de seus amigos, entre outros. Há também o Facebook especial para celulares e *smarphones*.

4.6 TWITTER

O Twitter é um sistema integrado com uma rede social onde o usuário mostra o que ele está fazendo ou sentindo no momento. Foi lançado em 2006 e o maior atrativo é a interação conforme o interesse em seguir ou não uma pessoa, comentando ou respondendo alguns tópicos lançados pelos amigos. É todo voltado para informações rápidas e conversações resumidas, pois cada postagem “permite que sejam escritas mensagens de até 140 caracteres e enviadas a pessoas pré-cadastradas para tal” (<http://revistaescola.abril.com.br>). Não há possibilidade de comentar algo, mas simplesmente de “falar” no mesmo espaço. É extremamente simples de usar, basta fazer o cadastro, configurar sua página pessoal, encontrar contatos de seu interesse e começar a acompanhar suas publicações. Pode ser usado para divulgar *links*, lançar notícias rápidas, reclamar e responder a pergunta básica: “o

que você está fazendo”? “É hoje, a melhor plataforma para compartilhamento de conteúdo na internet”. (MOURA, 2009)

4.7 BLOGS

Um *Blog* (ou *weblog*) é um registro publicado na Internet relativo a algum assunto e organizado cronologicamente, como um diário (SANTOS; CYPRIANO, 2010). Conforme a Wikipédia (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog>), “o termo *weblog* foi criado por Jorn Barger em 1997 e a abreviação *blog*, por Peter Merholz em 1999”. O *blog* atual é uma evolução dos diários *online*, onde pessoas mantinham informações constantes sobre suas vidas pessoais. Ainda, segundo a Wikipédia, estes primeiros *blogs* eram simplesmente componentes de *sites*, atualizados manualmente. Foi a evolução tecnológica que facilitou a produção e manutenção de artigos postados em ordem cronológica e facilitaram o processo de publicação. Hoje, nos *blogs*, regularmente são publicados diversos conteúdos, como textos, imagens, músicas ou vídeos, podendo ser referentes a um assunto específico ou geral. Podem ser mantidos por uma ou várias pessoas e têm, usualmente, espaço para comentários dos seus leitores. São sistemas de simples utilização e dispensam o conhecimento de linguagens de publicação de páginas na internet, como por exemplo, a HTML. Os mais populares são o *Blogger* e o *Wordpress*.

4.8 YOUTUBE

Segundo a Wikipédia, o YouTube “é um *site* que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Foi fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim”. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>). No YouTube é possível armazenar filmes, videoclipes, reportagens, programas, materiais caseiros, etc. Os vídeos ficam sempre disponíveis *on-line*, não é preciso ter conta no YouTube para acessá-los. Vários vídeos ficam na página inicial divididos em algumas categorias. É possível pesquisar por conteúdos de interesse, por categorias específicas, criar uma lista de reprodução pessoal, adicionando seus vídeos favoritos, saber quais são os vídeos mais acessados e quais estão

sendo assistidos naquele momento. Existe o recurso “incorporar” que permite que os vídeos, originalmente publicados no YouTube, possam ser vistos também em outras páginas da Internet.

A palavra “*youtube*” foi feita a partir de dois termos da língua inglesa: “*you*”, que significa “você” e “*tube*”, que provêm de uma gíria que muito se aproxima de “televisão”. Em outras palavras seria a “televisão feita por você”. Essa é justamente a principal função do fenômeno da internet: permitir que os usuários carreguem, assistam e compartilhem vídeos em formato digital. (<http://www.brasilecola.com/informatica/youtube.htm>)

4.9 REDES SOCIAIS: IMPORTÂNCIA NA ATUALIDADE

No geral, as redes sociais têm oferecido diversas ferramentas capazes de ajudar a população a se organizar, manter-se informada e atualizada em diversos assuntos e até mesmo participar de campanhas ou abaixo assinados em prol do bem comum e repassando informações úteis. Foram essenciais na adesão de campanhas de solidariedade, como ocorreu no caso da tragédia da Região Serrana do Rio de Janeiro e nos acontecimentos políticos no Egito. Neste último, a articulação através das redes, ajudou pessoas a promoverem mudanças reais. As mídias sociais como o Facebook e o Twitter, tem sido usadas para organizar, comunicar e sensibilizar a população e a comunidade internacional, além de representar uma forma de lazer e de integração social. Redes são disseminadoras de novos padrões, tendências, valores e até ideologias. “Para a economia, as influências se dão no campo do consumo e da política econômica. No consumo, por juntar pessoas com hábitos comuns. No caso da política e da economia, por permitir uma nova forma de ativismo” (NASSIF, 2011). Sem a internet, tudo poderia ainda acontecer, mas seriam mudanças mais lentas do que vem ocorrendo hoje. Segundos de televisão faziam a diferença em campanhas e propagandas, quando só uma pessoa emitia sua opinião, já a maioria dos sites de redes sociais dispõe de recursos como *chats*, *blogs* e fóruns, onde é possível expressar sua opinião, refletir através da página de seu perfil, a sua personalidade, trocar ideias etc., fazendo com que todos tenham mais liberdade para emitirem opiniões e também influenciarem outras pessoas, disseminando conhecimento, aprimorando o saber e abrindo novas possibilidades.

Quer se trate das grandes empresas, do mercado financeiro, dos meios de comunicação ou das novas Organizações não Governamentais (ONGs) globais, constatamos que a organização em rede tornou-se um fenômeno social importante e uma fonte crítica de poder (CAPRA, 2002, p. 267).

As redes ajudam a promover governos mais acessíveis ao cidadão e ao acesso aos serviços públicos, opinião defendida pela presidente Dilma Rousseff durante o encontro do Governo Aberto em Nova York. Conforme reportagem da Agencia Brasil (2012), ela destacou que “A internet e as redes sociais vêm desempenhando um papel cada vez mais importante para a mobilização cívica na vida política”, (<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2012-06-30/pierre-levy-prevesubstituicao-do-livro-didatico-e-do-caderno-por-computadores-e-tablets-nas-salas-de>) e citou algumas experiências brasileiras como o Portal da Transparência, que publica na internet os gastos do governo. As redes são bastante utilizadas politicamente, já que a expressão da opinião de forma democrática, proporcionada nos ambientes virtuais trazidos com a internet, faz com que políticos a utilizem para demonstrar ideias e opiniões aos internautas, afirmando uma tentativa de formação política de novos eleitores e trazer força para suas candidaturas.

4.10 REDES SOCIAIS NAS EMPRESAS

O resultado que as mídias tradicionais proporcionavam por um alto custo, as novas mídias *online* superam, a um custo bem menor. As empresas utilizam essa estratégia de *marketing* para tornar a marca mais acessível aos seus clientes, inserindo-a no dia-a-dia do seu consumidor e informá-los de todas as atualizações, desde os lançamentos de produtos até promoções e ofertas. Torna-se uma forma interativa, e em tempo real, de estar em constante contato com o cliente, que pode dar suas sugestões e fazer suas reclamações. Entre as vantagens está o retorno imediato da aceitação do produto e da marca. Para a respondente da Ediouro, que foi alvo da pesquisa através de questionário (Anexo 2), “a maior contribuição das redes sociais na relação empresa/consumidor, é a grande visibilidade dos livros pois, há a possibilidade de atingir um público mais amplo e diversificado do que aquele que

frequenta as livrarias”. É possível dizer que as mídias sociais tornaram as relações entre empresas e clientes, que antes eram estritamente comerciais, em relações sociais. A respondente afirma também que as três principais razões que motivam a participação da empresa nas redes virtuais são: manter a empresa atualizada; a oportunidade de ver o que agrada, o que gera mais notícia e o que não vai bem, em termos de projetos e autores; e a possibilidade de acompanhar o desempenho de outras editoras de uma forma mais profunda do que saem nos jornais e revistas. Frequentemente, o pessoal do *marketing* usa páginas de fãs e contas do Twitter para pedir opiniões das pessoas sobre produtos. Outro grande "efeito colateral" do *marketing* social no Facebook e no Twitter é a oferta especial. As empresas com frequência *tweetam* ofertas especiais que não estão disponíveis em outro lugar, dando uma oportunidade de ouro para fazer um negócio que mais ninguém vai fazer. Ou você pode se tornar um fã do seu restaurante local favorito no Facebook e receber avisos especiais para diversos eventos. Como o mundo das redes sociais se baseia em construir relacionamentos, as marcas realmente querem fazer um esforço para fidelizar os clientes. Em entrevista ao Valor Econômico, o diretor da loja varejista Magazine Luiza, Trajano (2012), conta que a “empresa lançou um programa que permite ao usuário do Facebook criar uma “loja” com 60 produtos. Caso alguém faça uma compra nessa miniloja, o “parceiro” recebe uma comissão pela venda”. Segundo Trajano, “a meta da empresa era encerrar 2012 com 10 mil lojas virtuais desse tipo, mas os números já superam os 60 mil até agora. Ele ainda diz que a taxa de conversão de vendas dessas lojas é 50% maior que no próprio *site* do Magazine Luiza”. A mesma reportagem comenta também, que não há ainda consenso entre especialistas e investidores sobre iniciativas como essa. Parte deles considera que uma estratégia bem-sucedida de vendas na maior rede social do mundo (Facebook), pode revolucionar o comércio eletrônico. Outros, consideram pouco provável atingir um bom nível de vendas em um ambiente que mais se assemelha a uma “festa entre amigos”. A respondente da Ediouro (Anexo 2), afirma que “as redes sociais, de certa forma, já mudaram a cultura da empresa. Um exemplo disso é que boa parte dos livros, traz ao lado do código de barras, o *site*, o Twitter e o Facebook da editora, que segundo ela são as redes mais acessadas e maior retorno trazem”.

A realidade vem mostrando às organizações a necessidade de criar e reter o conhecimento [...] para o cumprimento dos propósitos organizacionais; e também, necessidade de estimular colaboradores e parceiros a compartilharem o conhecimento que possuem e que as organizações precisam para apresentar bom desempenho organizacional. (TONET, 2004, p. 1)

Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (IBRAMERC, 2010) revela que “mais de 65% das empresas utilizam as redes sociais como ferramenta de comunicação com clientes. Práticas Comuns: 46% utilizam as redes para monitorar o mercado”. Na mesma pesquisa aponta que “45% usam para observar o comportamento dos clientes; 39% utilizam para ficar de olho na concorrência”. Entre os principais benefícios, ainda segundo a pesquisa da IBRAMERC: “45% das empresas acreditam que o fortalecimento da marca é o maior benefício trazido pelas redes sociais’ E ainda que “44% das empresas acham que as redes ainda não trouxeram nenhum benefício; 6% das empresas acreditam que as redes sociais podem trazer fidelização dos clientes”. No mundo corporativo, as redes sociais vêm assumindo papel de destaque já há algum tempo, onde sob muitos aspectos, a unidade natural do trabalho migrou da responsabilidade do indivíduo para redes de funcionários, “sendo que, muitas tarefas têm naturalmente se desenvolvido, através da estrutura das redes ao invés da estrutura organizacional formalmente constituída” (CROSS; LIEDTKA; WEISS, 2005, p. 99). A importância da informação no desempenho das empresas é destacada por diversos autores, entre os quais Lesca e Almeida (1994, p. 67) quando afirmam que “a informação é um vetor estratégico importantíssimo, pois pode multiplicar a sinergia dos esforços ou anular o resultado do conjunto dos esforços”. Drucker (1992) acrescenta que “ela é fator de produção importante para a obtenção de vantagem competitiva, uma vez que os fatores tradicionais – terras, mão-de-obra e recursos financeiros – por si sós já não garantem a competitividade”.

4.10 REDES SOCIAIS NA EDUCAÇÃO E A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (EAD)

Cada vez mais cedo, as redes sociais passam a fazer parte do cotidiano dos alunos, tornando-se ferramentas de interação valiosas para auxiliar no seu trabalho em sala de aula. Um ambiente virtual reúne espaços de acesso a conteúdos e possibilidades de comunicação e

interação que devem facilitar a aprendizagem. De forma presencial ou a distância, promover encontros e conversas, com o objetivo da aprendizagem, vai ao encontro do conceito de educação dialógica anunciada por Paulo Freire quando ele nos fala que: “... educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores, que buscam a significação dos significados.” (FREIRE, 1977). Ana Laura Rossaro (2010) destaca que o processo ensino-aprendizagem em rede favorece um aprendizado autônomo, personalizado, expandido através de novos espaços, de novas fontes e meios, menos invasivo e processual, ou seja não orientado a resultados. As redes sociais acadêmicas têm como diferencial, o compartilhamento de arquivos, como textos da bibliografia pedida pelos professores, listas de exercícios ou avaliações, podendo trocar mensagens tirando dúvidas, debatendo assuntos de matérias em comum e apesar de às vezes, contarem com a participação de professores, as plataformas são gerenciadas pelos alunos e independentes das instituições de ensino. Segundo informações postadas na Biblioteca da Floresta, objeto da presente pesquisa, “diante dos muitos fatores que permeiam o universo da identidade do povo acreano, é possível atender a sociedade como um todo, pois ela é um ponto de história que busca preservar e promover a memória”. Com um acervo de aproximadamente cinco mil livros, vários vídeos e CDs com temática sobre a floresta e exposições temáticas, a Biblioteca da Floresta busca e presenteia afirmações da identidade do povo acreano. Conforme as informações apresentadas por essa Biblioteca, para obedecer ao princípio de preservar e promover o diálogo entre os saberes tradicionais e modernos, entre o conhecimento tradicional e o científico, atualmente conta com um *site*, que está sendo reestruturado, um *blog*, página no Facebook e Twitter.

As mudanças tecnológicas tão aceleradas do mundo moderno vão chegar de vez à sala de aula e é bem possível que computadores, *tablets* e outras plataformas substituam o livro didático e o caderno. Os alunos do futuro serão pessoas criativas, abertas e colaborativas. Ao mesmo tempo, serão capazes de se concentrar com uma mente disciplinada. É necessário equilibrar os dois aspectos: a imensidão das informações disponíveis, colaborações e contatos; com [a capacidade de] planejamento, realização de projetos, disciplina mental e concentração. (LEVY, 2012).

Segundo Gomes (2008), a Educação a Distância (EAD), surgiu no século XVIII, utilizando-se dos serviços dos correios e esta, é considerada a primeira geração. Uma segunda geração, inicia a partir de 1960 até 1985, é denominada geração analógica ou de tele-difusão. Essa

geração é caracterizada pela incorporação da televisão, as fitas cassete de áudio e depois, as fitas de vídeo (videocassete). A partir de 1985 até nossos dias, predomina o uso do computador e das tecnologias de informática em diferentes níveis, constituindo a terceira geração de EAD, a geração digital. A educação a distância faz o aluno descobrir formas de tornar-se ativo na pesquisa e no compartilhamento de informações. É a disseminação do conhecimento de maneira mais ampla e barata. “No Brasil, o ensino a distância apareceu somente nos anos sessenta, as aulas eram transmitidas por rádio, com algum material impresso” (www.brasilecola.com/educacao/educacao-distancia.htm). A EAD surgiu como uma forma de contribuir com a ampliação e com a interiorização da oferta de educação no Brasil, desde implementada com critérios de qualidade, pode trazer benefícios enormes para um país de dimensões continentais e diversidades culturais. Existem diversas ferramentas que auxiliam o ambiente virtual de aprendizagem, entre outros, temos os *e-mails*, fóruns “que é um ambiente virtual de aprendizagem e serve de apoio ao professor para se discutir temas de estudo do curso” (MORAN, 2010), os *chats* (que utilizam a escrita como meio de expressão de forma menos formal que o fórum), galerias (onde os participantes podem colocar textos elaborados por eles mesmos ou frutos de pesquisa), teleconferência e videoconferência (que promove uma forma de comunicação num mesmo momento com a “presença” de todos), *wikispace* (permite elaboração conjunta de textos e diferentes documentos, conforme o objetivo), *blog* (funciona como um diário virtual que serve como um repositório de suas reflexões, experiências, etc.). Na aprendizagem colaborativa a construção do conhecimento se realiza no encontro dos participantes em atividades que possam ser compartilhadas e não há a figura que detém o conhecimento e age como provedor.

5 METODOLOGIA

Pretendeu-se com este estudo proporcionar uma compreensão melhor sobre o uso das redes sociais em ambiente empresarial e ambiente educacional. Foi realizada uma pesquisa exploratória, usando-se o levantamento bibliográfico que é uma etapa teórica imprescindível para interagir com a coleta de dados empíricos através de questionário, contribuindo assim, para uma interpretação dialógica entre teoria e prática. Para o estudo de caso escolheu-se: a Biblioteca da Floresta (ambiente educacional) e a Ediouro (Empresa – Editora de Livros).

Para Minayo (2011) “nenhuma teoria, por mais bem elaborada que seja, dá conta de explicar todos os fenômenos e processos [...] porque a realidade não é transparente e é sempre mais rica e complexa do que nosso olhar e limitado saber”.

Por isso, é de suma importância a continuidade desses estudos, conforme a riqueza e importância informacional que as redes sociais têm na sociedade atual.

6 ESTUDO DE CASOS

Abaixo apresentaremos os ambientes escolhidos para nosso estudo.

6.1 EDITORA EDIOURO

A Ediouro foi escolhida para representar o ambiente empresarial por sua história e excelência no mercado dos livros.

6.1.1 HISTÓRICO

Segundo o histórico que aparece no próprio portal da Ediouro (<http://www.ediouro.com.br/site/institutional>), foi em 1938, que os irmãos Jorge e Antonio Gertum Carneiro, fundaram a publicações Pan Americanas, que era uma importadora de livros e papel vegetal e agenciadora de assinaturas de revistas estrangeiras, e logo Fritz Israel Mannheimer juntou-se aos irmãos, como sócio. A Guerra trouxe dificuldades e a tradução e edição de livros técnicos foi uma saída. A Pan Americanas passou a se chamar Editora Gertum Carneiro S.A. Nessa época ocorreu uma expansão do parque gráfico com o surgimento dos livros de bolso, as vendas por reembolso postal e a revista Coquetel. O sucesso foi enorme e houve a fusão da editora com a gráfica gerando a Edições de Ouro. A Ediouro Gráfica nasceu junto com as Publicações Pan-Americanas e embora tenha estado voltada, durante muitos anos, para atender as necessidades da área editorial, hoje embora continue atendendo ao grupo, ampliou suas atividades e atua como uma unidade comercial focada no mercado externo. Em 2001 foi criada a Duetto, empresa do Grupo, que está dividida em três grupos de publicações: Conhecimento, Estilo e Turismo. A Singular é um provedor de conteúdos que distribui conteúdo eletrônico como livros, revistas, histórias em quadrinhos e jogos e etc. A Singular Digital é “provedora de conteúdos exclusivos, que utiliza modernas tecnologias para a distribuição de conteúdos eletrônicos, impressão sob demanda e auto-publicação” (http://pt.wikipedia.org/wiki/Ediouro_Publicações). A Singular permite que qualquer pessoa ou editora publique seu livro a um custo acessível e de forma personalizada. Existe ainda a Coquetel, nascida em 1948, que é uma marca com foco na área

de passatempos, que se expandiu para novas mídias e hoje, é possível entreter-se no site da Coquetel e também no celular. Possui mais de 60 títulos mensais do gênero.

Desde 2008, a Ediouro é cliente da Frog, que é uma empresa de soluções em mídia digital. A agência, entre outros, elaborou *hotsites* (um site planejado para destacar uma ação) para os lançamentos editoriais, reformulou todos os sites e portais institucionais, além de realizar a primeira personalização *online* de livros, permitindo que os consumidores alterassem via Web, o conteúdo do título que estava sendo comprado.

A Ediouro, cuida de marcas para o mercado editorial como a própria Ediouro, Nova Fronteira, Agir, Thomas Nelson Brasil, além dos passatempos Coquetel.

6.1.2 DESCRIÇÃO DO *SITE* DA EDIOURO

No cabeçalho, na área superior da tela, está o conteúdo composto pelo logotipo da Ediouro no canto esquerdo, e por menu horizontal. Esse menu contém 8 *links* (Anexo 1), que são, da esquerda para a direita: Livros, Revistas, Ediouro TV, Audiobooks, E-books, Coquetel, Gráfica, Loja. Ao clicar em Livros, teremos um menu na vertical do lado esquerdo, para que se possa escolher o gênero de livro que se está procurando, como biografia, humor, literatura brasileira, romance, etc. O *link* Revistas traz acesso as publicações da empresa que são: Scientific American Brasil, a Cabelos & Cia, L'Officiel Brasil, a História Viva, Conhecer, Mente e Cérebro, Lonely Planet e Estética Brazil. Nessa página é possível fazer assinatura dessas revistas e também há recomendação de livros. A Ediouro TV, que dá acesso à vídeos interessantes sobre lançamentos de livros, reportagens, *books trailers* e outros. Os *links* Audiobooks e E-Books, são semelhantes. Ambos, assim como em “Livros”, possuem um menu por gênero. No primeiro, Audiobooks, é possível comprar livros para ouvir, ou somente escutar trechos de alguns. No segundo, E-Books, estão disponíveis para venda, livros por conteúdo eletrônico. Os *links* Coquetel e Gráfica, levam direto aos respectivos *sites*. No item Loja, é possível comprar livros e/ou revistas da empresa.

Na *homepage*, abaixo do cabeçalho, há a sessão de notícias e variedades com as principais novidades e pouco acima do rodapé estão *links* para acesso aos lançamentos das publicações por editoras da Ediouro como a Nova Fronteira, a Desiderata, a Agir, a Thomas Nelson Brasil, a Plugme, a editora Nova Aguiar, a Singular, a Duetto, a Coquetel e a Edigráfica. Do lado direito, um pouco abaixo, tem a opção de utilizar o aplicativo “curtir” (Facebook) para as páginas das editoras Agir, da Nova Fronteira e do Thomas Nelson Brasil. No rodapé, está a base do *site* com os *links*: Fale conosco, Privacidade, Publicidade, Empresas Ediouro Publicações, além do Compartilhar e um acesso direto à agência Frog, responsável pela elaboração do *site*.

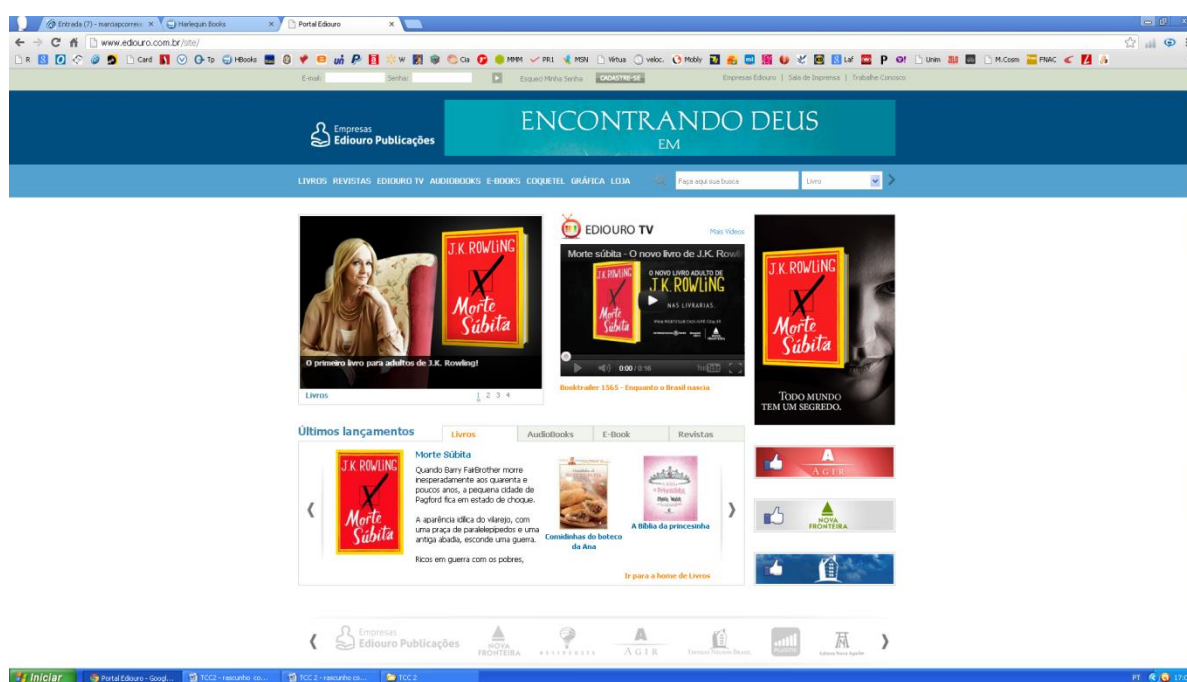


Figura 2: Homepage da Editora Ediouro

Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site>

6.2 BIBLIOTECA DA FLORESTA

A Biblioteca da Floresta foi escolhida para representar o ambiente educacional por sua excelência e singularidade.

6.2.1 HISTÓRICO

Conforme consta no Portal da Amazônia (www.portaldaamazonia.com.br), a Biblioteca da Floresta, está localizada em Rio Branco no Estado do Acre e foi inaugurada em outubro de 2007. É um local dedicado à divulgação cultural, econômica e à biodiversidade acreana. Na verdade, a Biblioteca é um espaço temático, voltado principalmente para a floresta, onde além de promover exposições, há um extenso acervo de livros e documentos. O prédio abriga exposições permanentes sobre povos indígenas do Acre, o Zoneamento Ecológico-Econômico, coleção especial sobre as iniciativas lideradas por Francisco Alvez Mendes Filho, conhecido como Chico Mendes, que é homenageado na Biblioteca da Floresta, onde sua luta de ativista para a preservação da Floresta Amazônica, é narrada. O acesso ao acervo pode ser feito de diversas maneiras: leitura e pesquisa local, empréstimo domiciliar, palestras, debates e exposições. Na entrada da Biblioteca, há uma sala inteiramente dedicada à Marina Silva, ex-ministra do meio ambiente, além de militar em favor dos seringueiros e dos povos da floresta. A Biblioteca da Floresta promove uma extensa programação de debates relativos à Amazônia, a Acre e ao desenvolvimento sustentável denominado “Diálogos da Florestania”.

Os debates reúnem pesquisadores, especialistas, seringueiros, estudantes, índios, gestores públicos e interessados. As atividades são compostas por palestras, reuniões técnicas, exibição de filmes, apresentações artísticas e cursos, buscando diversas abordagens para todos os temas. Ainda é pouco freqüentada por estudantes, mas o espaço para leitura é claro e arejado. (www.overmundo.com.br)

De acordo com o Portal da Amazônia (www.portaldaamazonia.com.br), quem chegar à Biblioteca da Floresta, encontrará a seguinte frase de boas vindas:

Nós somos povos da Floresta. Somos pessoas, animais e árvores convivendo na maior biodiversidade do planeta. Ainda procuramos nos descobrir e descobrir o mundo que nos acolhe e nos cerca. Esta casa é nossa luz. Nosso espírito mora e brilha dentro dela. (www.portaldaamazonia.com.br).

6.2.2 PÁGINAS NA INTERNET DA BIBLIOTECA DA FLORESTA

Até o momento da presente pesquisa, o site da Biblioteca da Floresta estava em fase de reestruturação. No entanto, em sua fase anterior, era possível aos usuários encontrarem acervo digital, artigos de colaboradores, exposições virtuais, audioteca e videoteca. No site YouTube, existem diversos vídeos enviados pela Biblioteca da Floresta (<http://www.youtube.com/user/bibliotecadafloresta>), como Vida na Floresta I, II e III, Exposição Paisagens Cósmicas que faz parte das comemorações do Ano Internacional da Astronomia, há também um vídeo com uma entrevista do jornalista Antonio Alves com o bispo Antonio Grechi sobre o impacto causado pela morte de Chico Mendes e da sua importância como líder sindical, além de uma reportagem da TV Globo sobre o assassinato do sindicalista Chico Mendes, ocorrido em 1988, e sobre a repercussão mundial do acontecido (o arquivo é parte do projeto Memória: Movimentos Socioambientais do Acre). Até a presente data, constava um total de 38 vídeos postados pela Biblioteca da Floresta no YouTube.

O *Blog* da Biblioteca da Floresta tem no topo, o seu logotipo e uma foto do prédio. No lado direito há um pequeno resumo do seu histórico, objetivos e assuntos no qual é especializada. Há também desse lado, um arquivo mensal do *blog*, partindo da última postagem para a primeira. Mais abaixo há um link para participar do *site* e manter-se informado (“ser seguidor”). Do lado esquerdo estão pequenos resumos das últimas postagens, onde é possível, acessar e fazer comentários.



Figura 3: Página do Blog da Biblioteca da Floresta
 Fonte: <http://bibliotecaflorestaacre.blogspot.com.br/>

No Facebook, assim como no *Blog*, a parte superior é ocupada pelo logotipo da biblioteca e uma foto da mesma. Nessa página, é possível ler publicações recentes de usuários sobre a Biblioteca da Floresta (lado direito da tela), vindo logo abaixo a opção “curtir”. Existem vários *links* que a Biblioteca da Floresta compartilha sobre eventos na própria biblioteca como por exemplo a palestra “Ética e Cultura no Tempo e no Espaço”, que o diretor da Biblioteca, Marcos Afonso, realizou na abertura da Semana do Servidor da Secretaria de Estado de Educação e Esporte (SEE).

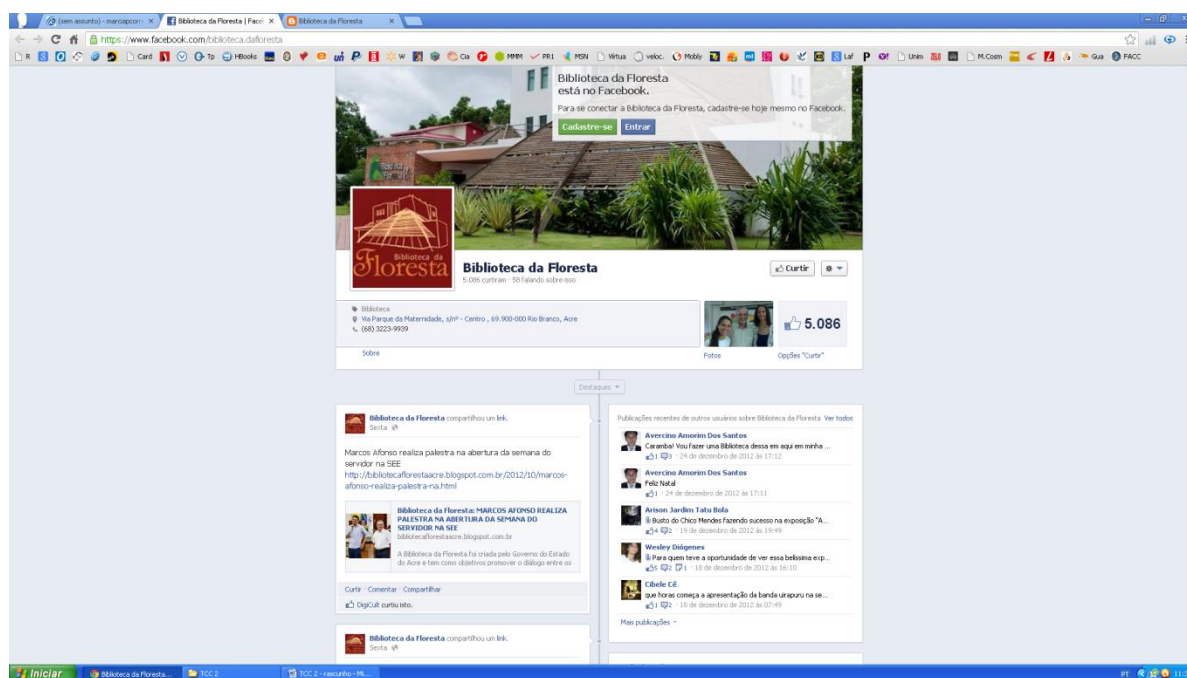


Figura 4: Página da Biblioteca da Floresta no Facebook

Fonte: www.facebook.com/biblioteca.da.floresta

7 RESULTADOS

7.1 AMBIENTE EMPRESARIAL - EDIOURO

A Ediouro através da respondente, considera que a maior contribuição das redes sociais é a grande visibilidade que os livros adquirem e também o fato de que se tornam um “termômetro” de tendências e interesses

Para a editora, são três principais razões para a sua participação nas redes :

- 1) Manter a empresa atualizada a respeito dos temas que mais mobilizam as pessoas;
- 2) A oportunidade de ver quais projetos e autores estão agradando ou não;
- 3) A possibilidade de acompanhar o desempenho de outras editoras para além do que saem nos jornais e revistas, que só revelam aceitação.

Mais adiante aponta que entre as vantagens mais importantes que as redes trazem para a empresa está a possibilidade de atingir um público mais amplo e diversificado, além de ser um canal eficiente de divulgação. Na Ediouro, a editora que respondeu, considera que existem muito mais vantagens do que riscos na participação em redes sociais, mas eles existem e podem ser apontados como: o vazamento de alguma informação em momento indevido ou quando os limites do que a empresa gostaria de divulgar, são ultrapassados. Contribui para isso, o fato de que funcionários participam de pelo menos uma dessas redes. Esse, segundo a respondente, é um risco para qualquer empresa

A Ediouro acha que as redes já mudaram a cultura das empresas. O Facebook e o Twitter, são as redes que trazem melhor retorno para a empresa e também as de maior acesso. Não existem, ainda dados estatísticos da Ediouro, que mostrem essas mudanças decorrentes da participação nas redes sociais.

7.2 AMBIENTE EDUCACIONAL - BIBLIOTECA DA FLORESTA

A Biblioteca da Floresta, foi inaugurada em 2007, quando as principais redes sociais já existiam, possibilitando desde o início, a integração da biblioteca com a sociedade como um todo. As redes sociais ajudam ao aprendizado e mantêm a motivação sobre diversos temas, os quais, por exemplo, vídeos que sem as exposições no Youtube, ficariam restritos aos usuários presenciais da Biblioteca. As redes ajudam as pessoas a disseminar o conhecimento, quando por exemplo, o visitante do *site* pode interagir participando de discussões relativas à Biblioteca, ao Acre, à Amazônia e ao desenvolvimento sustentável.

Segundo o respondente, as redes sociais proporcionam à Biblioteca:

- 1) O estreitamento da relação com o público, ajudando a identificar os pontos importantes sobre o trabalho oferecido, como por exemplo, colocando à disposição de pesquisadores e da sociedade em geral, informações e experiências do governo e dos movimentos sócio-ambientalistas.
- 2) O retorno do público ocorre em tempo real e possibilita traçar perfis e elaborar novas estratégias.
- 3) Um valioso canal de comunicação permitindo um alcance não só no âmbito nacional como também no internacional

As principais ferramentas da Biblioteca são as páginas do Facebook, do Twitter e do Blog. O portal governamental, uma vez que a Biblioteca é um órgão público, está em fase de desenvolvimento

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho foi elaborado em estudo baseado em revisão bibliográfica sobre a grande repercussão que as redes sociais têm nas mídias atualmente. O meio digital é a nova praça pública, sendo que a diferença é que todas as conversas desses espaços podem ser captadas, analisadas e transformadas. A pesquisa empírica na Biblioteca da Floresta e na Ediouro dá o subsídio para uma avaliação mais eficiente relacionada com os objetivos propostos e diagnosticar como o sistema de comunicação passa a contribuir de forma expressiva na construção do conhecimento.

Foi possível constatar ao longo dessa pesquisa, que o livro, a despeito da evolução do formato, garante a sua permanência. Além disso, o meio eletrônico permite a criação de um espaço para promoção do livro e formação de grupos de discussão de bibliotecários, editores, autores, etc., estimulando a criação de novos leitores e a interação destes com os mais antigos. A tecnologia não é imprescindível para a educação, porém ela facilita e abrevia o processo. Para as empresas, o maior potencial das mídias sociais é o fato de ter acesso à percepção de seus clientes, criarem alertas sobre a marca e aumentarem a confiabilidade dos consumidores. Pelas considerações da respondente da Ediouro percebe-se que as redes sociais são um canal de divulgação muito eficiente. São capazes de mudar a cultura da empresa além de ser capaz de mantê-la atualizada. Da mesma forma que o uso das redes na área educacional vem proporcionando uma verdadeira revolução nas metodologias pedagógicas.

Nosso mundo é dinâmico, mas para estarmos bem adaptados a ele, precisamos cada vez mais ter noção do conhecimento geral acumulado. Espera-se que os cidadãos de hoje se integrem ao mundo em que vivem, sejam bem-informados, trabalhem de modo harmonioso em grupos e reciclem continuamente seus conhecimentos. Nesse contexto, as redes trazem a percepção de que não é preciso autorização de ninguém para se criar conteúdos ou formatos, e a consciência de que é preciso criar ações onde as pessoas estão e não onde se quer que elas estejam. É preciso adquirir novas habilidades para alcançar as mesmas antigas metas, como informação, conhecimento, competitividade

REFERÊNCIAS

AGENCIA BRASIL. Pierre Levy prevê substituição do livro didático e do caderno por computadores e tablets nas salas de aula. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebs.com.br/noticia/2012-06-30/pierre-levy-prevesubstituicao-do-livro-didatico-e-docaderno-por-computadores-e-tablets-nas-salas-de> . Acesso em: 28 out. 2012.

ARRUDA, Felipe. Internet. Conheça a Viewtron, a "internet" que surgiu antes da internet. 2012. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/internet/21161-conheca-a-viewtron-a-internet-que-surgiu-antes-da-internet.htm/> Acesso em: 15 jan. 2013.

BIBLIOTECA DA FLORESTA. *Blog da Biblioteca da Floresta*. Disponível em: <http://bibliotecaflorestaacre.blogspot.com.br/>. Acesso em: 15 jan. 2013.

----- . Disponível em: <http://bibliotecaflorestaacre.blogspot.com.br> Acesso em: 15 jan. 2013.

BRANSKI, Regina Meyer. *Recuperação de informações na Web*. 2003. Disponível em: <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:DLunKYDMCyMJ:portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/351/160>. Acesso em: 30 set. 2012.

BRASIL ESCOLA. Educação a distancia. *Brasil Escola*. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/educacao/educacao-distancia.htm> . Acesso em: 15 jan. 2013.

----- . YouTube. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/informatica/youtube.htm> Acesso em: 20 dez. 2012.

CAPRA, Fritjof. *As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável*. São Paulo: Cultrix, 2002.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CROSS, R.; LIEDTKA, J; WEISS, L. Um guia prático de redes sociais. *Harvard Business Review*, v. 83, n. 3, p. 92-99, mar., 2005.

DRUCKER, Peter F. *Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século*. São Paulo: Pioneira, 1992.

DUMAS, Véronique. A origem da Internet. *História Viva*, 2007. Disponível em: http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/o_nascimento_da_internet.html Acesso em: 7 jan. 2013).

EDIURO. Disponível em: <http://www.ediouro.com.br/site/institucional/> Acesso em: 18 dez. 2012.

FERNANDES, Renato. *Recuperação da Informação*. Disponível em: <http://www.slideshare.net/niltonheck/aula-01riintroducao> Acesso em: 23 set. 2012.

FRANCHINELLI, Ana Cristina; MARCON, Christian; MOINET, Nicolas. *A prática da gestão de redes: uma necessidade estratégica da sociedade da informação*. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/socinfo/info14.htm> . Acesso em: 8 out. 2012.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. 27. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

GOMES, Silvana G. S. *Evolução Histórica da EAD*. 2008. Disponível em: http://ftp.comprasnet.se.gov.br/sead/licitacoes/Pregoes2011/PE091/Anexos/Eventos_modulo_I/topico_ead/Aula_02.pdf Acesso em: 10 nov. 2013.

IBRAMERC. Disponível em: <http://blogs.funiber.org/direcao-empresarial-rsc/2011/11/18/como-o-mundo-corporativo-esta-lidando-com-as-redes-sociais/>. Acesso em: 1 out. 2012.

LESCA, Humbert; ALMEIDA, Fernando. Administração Estratégica da Informação. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 66-75, jun./set. 1994

LEVY, Pierre. **Pierre Lévy prevê substituição do livro didático e do caderno por computadores e tablets nas salas de aula** Disponível em: <http://agenciabrasil.ebs.com.br/noticia/2012-06-30/pierre-levy-prevesubstituicao-do-livro-didatico-e-docaderno-por-computadores-e-tablets-nas-salas-de> Acesso em: 1 out. 2012.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 30, n. 1, p.71-81, jan./abr. 2001.

MIRANDA, Marcos. *Organização do conhecimento em ambientes virtuais*. Disponível em: <https://www.icbeu.com.br/Download/Palestra/oraganizaConhecimentoAmbientesVirtuais> . Acesso em: 2 out. 2012.

MIRANDA, R. C. da R. O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 28, n. 3, p. 284, set/dez. 1999.

MORAN, J. M. *Propostas de mudanças nos cursos presenciais com a educação online*. 2004. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/moran/propostas.htm> Acesso em: 15 jan. 2013.

MOURA, Thiago. *Tudo que você precisa saber sobre o Twitter*. 2009. Disponível em: <http://www.slideshare.net/euthiagobiz/tudo-o-que-voc-precisa-saber-sobre-o-twitter-> Acesso em: 10 dez. 2012.

NASSIF, Luis. O papel das redes sociais. *Carta Capital*. Disponível em: <http://cartacapital.com.br/politica/o-papel-das-redes-sociais/> Acesso em: 15 jan. 2013.

NUNES, P. *Ciências Informáticas e de telecomunicações: o conceito de internet*. Disponível em: <http://www.knoow.net/cinticinformatex-informática/Internt.htm> Acesso em: 23 set. 2012.

OLIVEIRA, Natanael. *A História das Redes Sociais*. Disponível em: <http://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/> Acesso em: 14 nov. 2012.

OVERMUNDO. *Biblioteca da Floresta Marina Silva*. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/guia/biblioteca-da-floresta-marina-silva> . Acesso em: 15 jan. 2013.

PANISSI, Fernando. *Entenda como funciona o Facebook*. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias?tecnologia/,,MUL1313595-6174,00-ENTENDA+COMO+FUNCIONA+O+FACEBOOK.html> Acesso em: 15 jan. 2013.

PORTAL DA AMAZONIA. *Biblioteca da Floresta no Acre é referência em pesquisas sobre a Amazônia*. Disponível em: <http://www.portalamazonia.com.br/cultura/variedades/biblioteca-virtual-do-acre-e-referencia-em-pesquisas-sobre-a-amazonia/>. Acesso em: 5 jan. 2013.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet*. 2004. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/camposraquelrecuero.pdf> . Acesso em: 13 out. 2012.

REVISTA Escola. *Como funciona o Twitter?* Disponível em <http://revistaescola.abril.com.br/avulsas/224-naduvida-twitter.shtml> Acesso em: 5 jan. 2013.

ROCHA, Cristianne; FARNER, Maria. **As redes em saúde:** entre limites e possibilidades, Disponível em: http://www.opas.org.br/rh/admin/documentos/Estar_em_rede.pdf. Acesso em: 3 out. 2012.

ROSSARO, Ana Laura. **Educación em rede:** las redes sociales como nuevos entornos de aprendizaje. 2010. Disponível em: <http://www.educdoscero.com/>. Acesso em: 3 out. 2012.

SANTOS F.C.CYPRIANO C.P. *Blogs e Wikis:* Duas formas de colaboração em redes sociais. 2010. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br> Acesso em: 5 out 2010.

SIGNIFICADOS. *Facebook*. Disponível em <http://www.significados.com.br/facebook/> Acesso em: 5 out. 2012.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

TRAJANO, Frederico, Facebook como arma de vendas. **Valor Econômico**, 25 dez. 2012, p. B3.

TONET, Helena. *Validação de uma escala de atitudes frente ao compartilhamento de conhecimento no trabalho*. 2004. Disponível em: <http://www.kmol.online.pt/artigos> Acesso em: 5 out. 2012.

TORRES, Claudio. *A bíblia do marketing digital:* tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

VIEIRA, Anderson. *Twitter:* influenciando pessoas e conquistando mercados. Rio de Janeiro: Alta Books: 2009.

WIKIPÉDIA. **Blogs**. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_social. Acesso em: 5 jan. 2013.

_____. **História da Internet**. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Historia_da_Internet Acesso em: 5 jan. 2013.

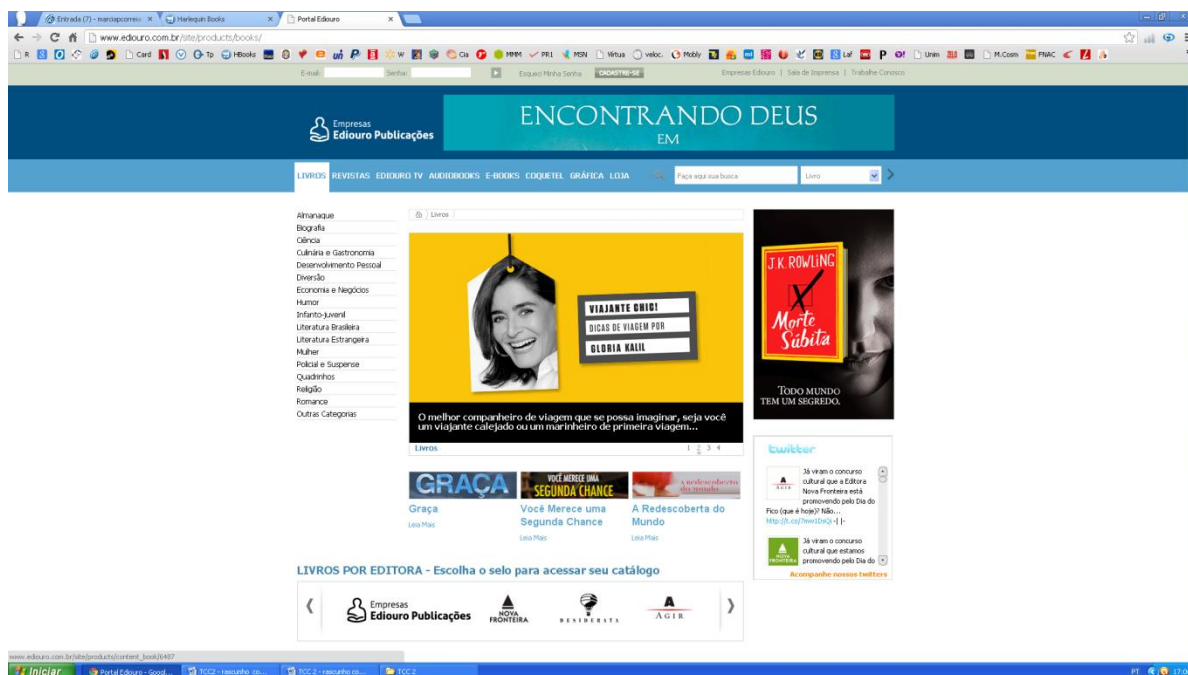
_____. **Redes sociais**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog> . Acesso em: 5 jan. 2013.

_____. **YouTube**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube> Acesso em: 5 dez. 2012.

_____. **Ediouro Publicações**. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ediouro_Publicações . Acesso em: 12 dez.2012.

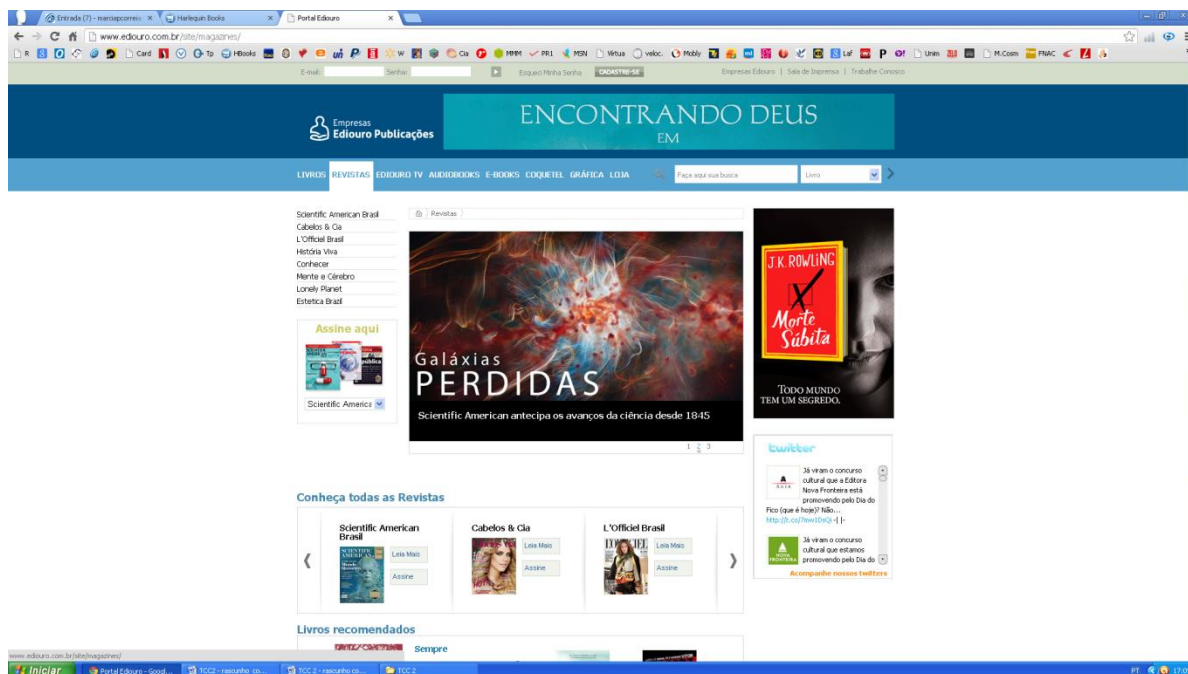
YOUTUBE. **Biblioteca da Floresta - Acre**. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/bibliotecadafloresta> Acesso em: 5 jan. 2013.

ANEXO 1



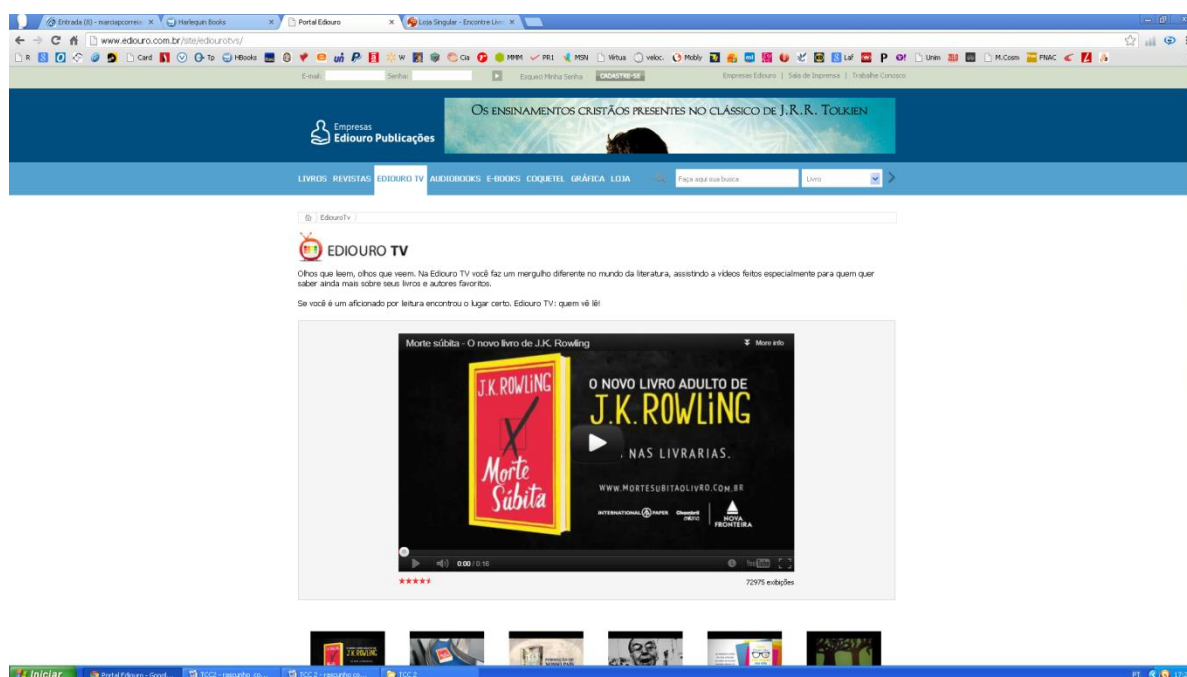
Página do link “Livros” da Ediouro

Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site/products/books/>

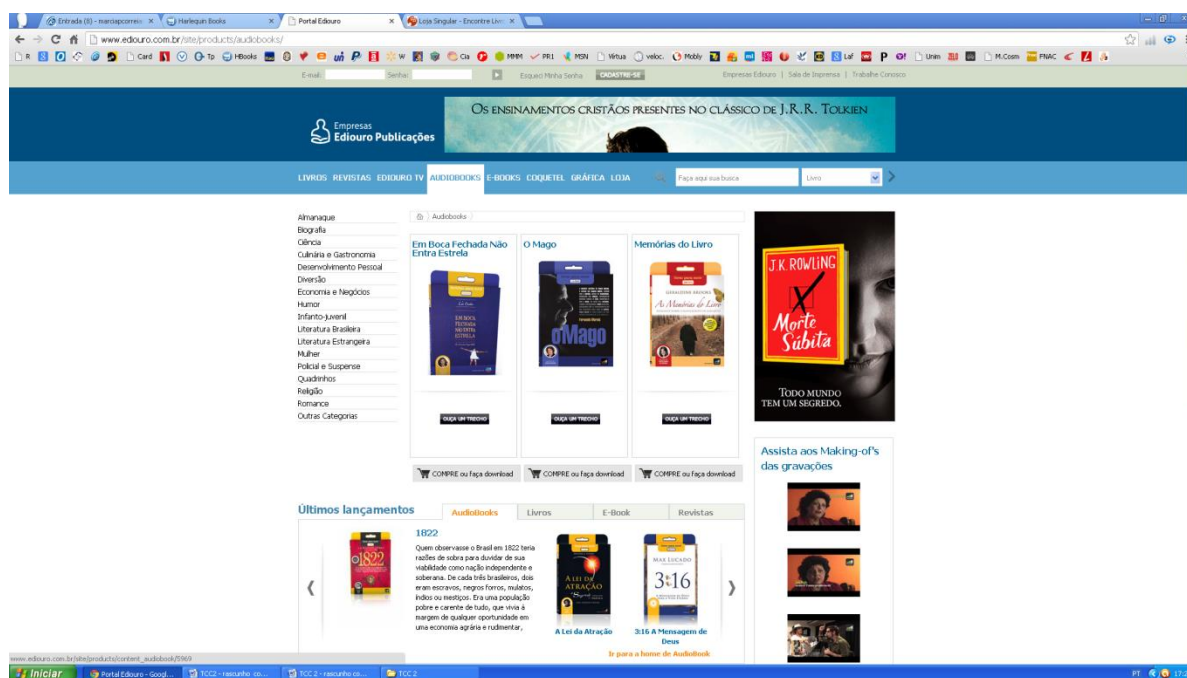


Página do link “Revistas” da Ediouro

Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site/magazines/>

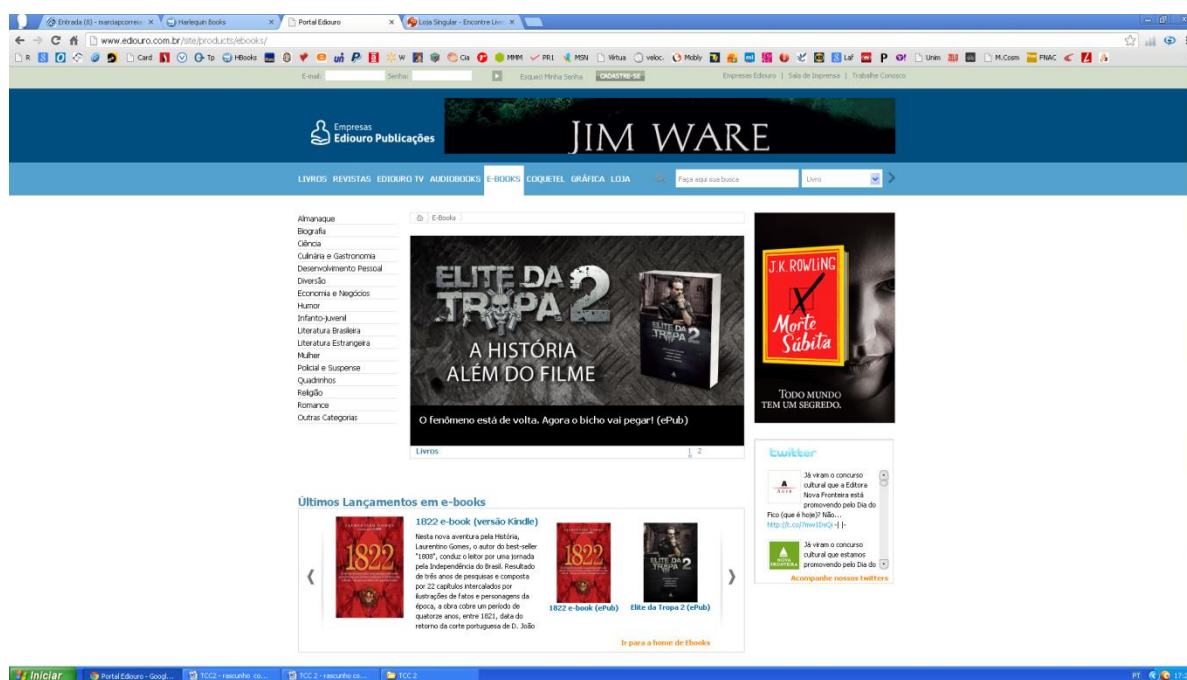


Página do link “Ediouro TV” da Ediouro
 Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site/ediourotvs/>



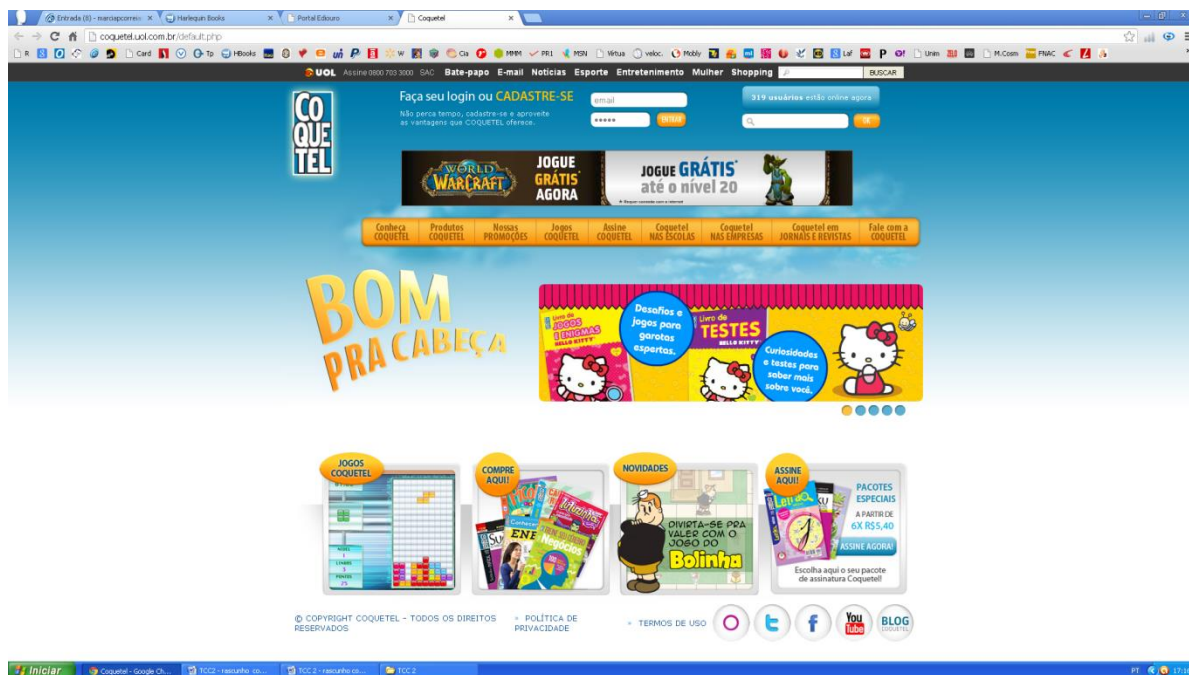
Página do link “Audiobooks” da Ediouro

Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site/products/audiobooks/>

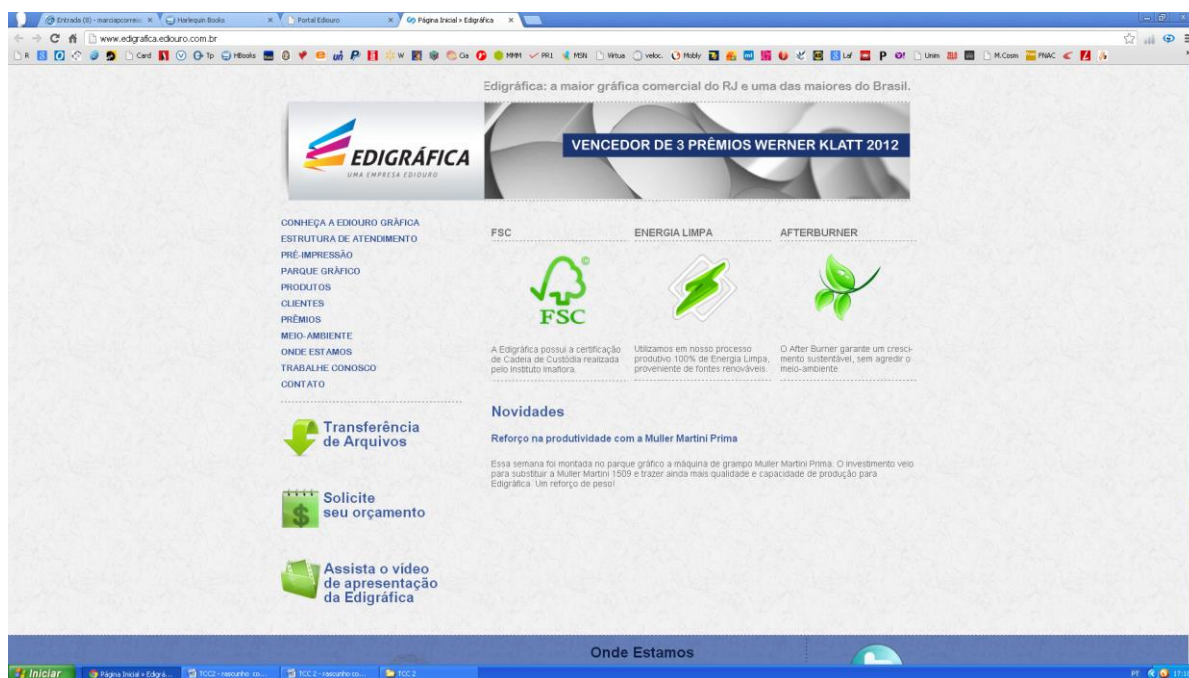


Página do link “e-Books” da Ediouro

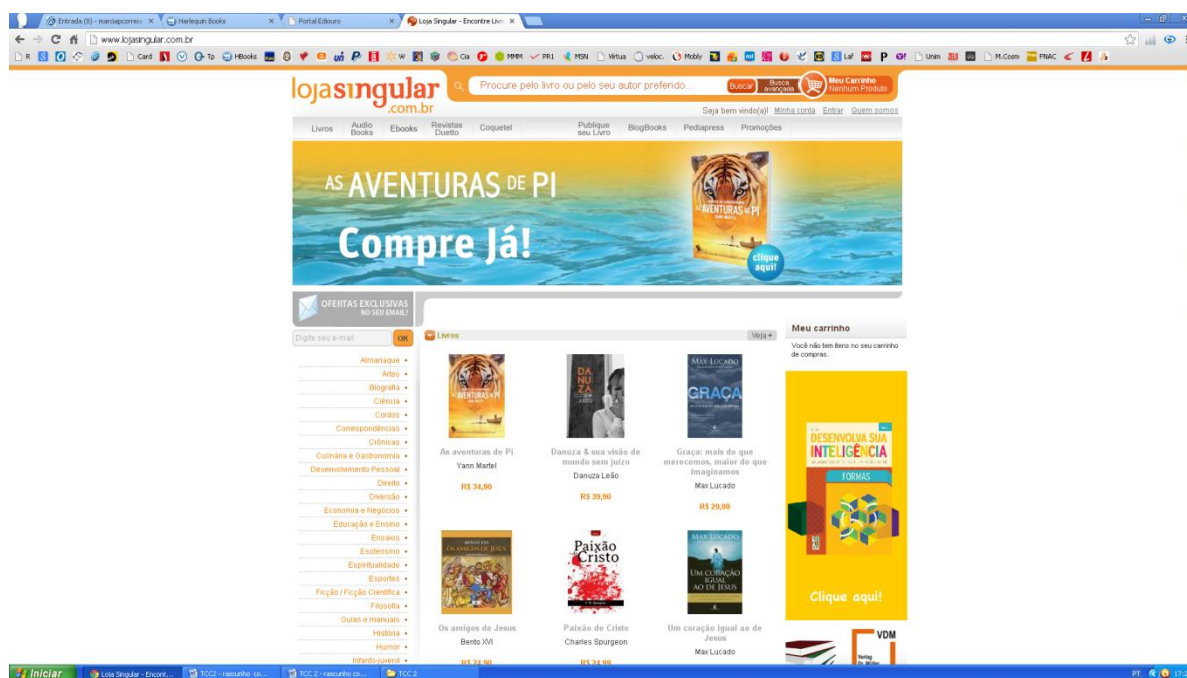
Fonte: <http://www.ediouro.com.br/site/products/ebooks/>



Homepage da “Coquetel” da Ediouro
 Fonte: em: <http://coquetel.uol.com.br/default.php>



Homepage da “Gráfica” da Ediouro
 Fonte: <http://www.edigrafica.ediouro.com.br/>



Página do link “Lojas” da Ediouro

Fonte: <http://www.lojasingular.com.br/>

A N E X O 2

Perguntas enviadas à Editora Ediouro Dra. JGS e respondidas em 04 de fevereiro de 2013

- 1) **As redes sociais virtuais contribuem de que forma para o relacionamento empresa-consumidor?** JS: Contribuem dando maior visibilidade para nossos livros, especialmente os lançamentos, mas também o catálogo.
- 2) **Qual a maior influência das redes sociais na Ediouro?** JS: As redes sociais são um bom termômetro de tendências e interesses. A observação do que é discutido nessas redes nos ajuda na proposição de novos projetos editoriais ou na aquisição de obras estrangeiras com boa repercussão.
- 3) **Indique três motivos para a Ediouro participar das redes sociais virtuais.** JS: Por um lado, podemos nos manter atualizados a respeito dos temas e discussões que mais mobilizam as pessoas; por outro, temos a oportunidade de ver como nossos projetos e autores são recebidos pelo público, o que agrada, o que gera mais notícia e também o que não vai bem. Ou seja, as redes sociais são veículos de contato direto e espontâneo com o público. Ademais, também podemos acompanhar o desempenho de outras editoras para além dos números de vendas que saem nos jornais e revistas, que só revelam aceitação, mas não os motivos mais profundos de empatia por determinado título.
- 4) **Na sua opinião, quais as vantagens mais importantes que as redes sociais trouxeram para a Ediouro?** JS: Sem dúvida a possibilidade de atingir um público bem mais amplo e diversificado do que aquele que frequenta livrarias. Além disso, elas são um canal de divulgação muito eficiente.
- 5) **Quais os riscos das redes sociais para as empresas, tendo como exemplo a Ediouro?** JS: Essa é uma resposta bem mais pessoal que institucional, ok? Acredito que haja mais vantagens que riscos, de toda forma, prefiro falar em desvantagem que em risco. Vazar

alguma informação que não esteja no momento de ser divulgada é um risco, mas isso normalmente não acontece. Percebo que, pela enorme dispersão promovida pelas redes sociais, às vezes um título que era uma aposta da editora acaba não tendo um desempenho tão bom nesses espaços virtuais por ele não estar relacionado a algum assunto de apelo imediato e que esteja movendo mais as pessoas. Outra desvantagem que considero importante — não só para a Ediouro mas para qualquer empresa — é a indistinção do profissional e do pessoal. Como a maior parte das pessoas hoje em dia participa de pelo menos uma dessas redes, o que se diz por vezes ultrapassa os limites do que a empresa gostaria de divulgar.

- 6) **As redes sociais podem mudar a cultura da empresa?** JS: Podem, claro. E acho que de certa forma já mudaram. Hoje, por exemplo, boa parte de nossos livros traz, ao lado do código de barras, o site, o Twitter e o Facebook da editora.
- 7) **Qual rede social traz um melhor retorno para a Ediouro e qual a de maior acesso?**
JS: As duas citadas acima.
- 8) **Já possuem dados estatísticos que mostrem as mudanças que as redes sociais trouxeram? Se sim, poderiam enviar-me?** JS: Não, nunca fizemos esse levantamento.

Pergunta enviada à Biblioteca da Floresta, e respondidas em 04 de março de 2013.

Qual a importância das redes sociais para a Biblioteca da Floresta, a nível regional e nacional?

Nós entendemos que hoje as redes sociais fazem parte do dia-a-dia das pessoas. Este estreitamento da relação com o público nos ajuda a identificar pontos importantes sobre o trabalho que oferecemos. Assim, obtemos um *feedback* em tempo real do público e conseguimos traçar perfis e elaborar novas estratégias.

Hoje, as redes sociais representam um valioso canal de comunicação para a Biblioteca da Floresta, e seria limitado dividirmos regional e nacional, pois nosso alcance nacional e internacional é bastante significativo. Elas nos proporcionam uma proximidade com nossos usuários e pessoas de interesse, definição de perfis, rapidez na divulgação das informações, um alcance ilimitado de pessoas nas quais queremos mostrar nossos serviços oferecidos, ações, eventos e também com o público que dialoga com nossos valores e conceitos.

Como ferramentas possuímos a página do Facebook, que antes era perfil, mas pela grande aceitação migramos para o formato página; o Twitter, que ainda estamos criando estratégias para potencializá-lo, e o Blog. Em fase de desenvolvimento, temos o portal governamental, uma vez que somos um órgão público é necessário seguirmos alguns padrões.

Para exemplificar, seguem alguns números que para nós expressam toda a importância das redes sociais:

FACEBOOK

Quantidade de curtidas: (Período de 28-01 a 28-02)

Biblioteca da Floresta Linha do tempo ▾		
Países [?]	Cidades [?]	Idiomas [?]
5.124 Brasil	4.448 Rio Branco, Acre	5.068 Português (Brasil)
35 Bolívia	64 São Paulo	58 Português (Portugal)
12 Peru	58 Porto Velho	32 Inglês (EUA)
10 Itália	42 Rio de Janeiro	30 Espanhol
7 Estados Unidos da América	39 Rio Branco, Mato Grosso	10 Italiano
5 México	36 Cruzeiro do Sul, Acre	10 Inglês (Reino Unido)
5 Portugal	34 Brasília, Distrito Federal	6 Espanhol (Espanha)
3 Reino Unido	23 Manaus, Amazonas	5 Francês (França)
2 Alemanha	18 Sena Madureira, Acre	2 Romeno
2 Costa Rica	17 Senador Guimard, Acre	2 Árabe
2 Colômbia	17 Belo Horizonte	2 Alemão
2 França	16 Curitiba	1 Finlandês
2 Romênia	14 Santa Cruz de la Sierra, Bolívia	1 Indonésio
2 Espanha	12 Bujari, Acre	1 Esloveno
2 Argélia	11 Brasileira, Acre	
2 Moçambique	11 Eptaciolândia, Acre	
1 Filipinas	10 Plácido de Castro, Acre	
1 Venezuela	10 Fortaleza	
1 Holanda	10 Cochabamba, Bolívia	
1 Equador	10 Goiânia	

Alcance do Facebook: (Período de 28-01 a 28-02)



Biblioteca da Floresta Linha do tempo ▼

Países?

4.029 Brasil
27 Bolívia
25 Espanha
15 Peru
14 Estados Unidos da América
9 Itália
7 Reino Unido
5 México
5 Portugal
4 Cuba
4 Colômbia
4 Alemanha
4 França
4 Holanda
2 Canadá
2 Suíça
2 Austrália
1 Luxemburgo
1 Argentina
1 Japão

Cidades?

2.853 Rio Branco, Acre
189 Rio de Janeiro
107 São Paulo
64 Porto Velho
46 Sena Madureira, Acre
44 Brasília, Distrito Federal
36 Niterói, Rio de Janeiro
35 Manaus, Amazonas
32 Cruzeiro do Sul, Acre
28 Bôca do Acre, Amazonas
25 Fortaleza
25 Rio Branco, Mato Grosso
22 Mirassol, São Paulo
19 Belo Horizonte
18 Curitiba
18 São José do Rio Preto, São Paulo
14 Natal (Rio Grande do Norte)
14 Belém (Pará)
13 Senador Guimard, Acre
13 Campina Grande

Idiomas?

3.975 Português (Brasil)
69 Inglês (EUA)
41 Espanhol
32 Português (Portugal)
24 Espanhol (Espanha)
15 Inglês (Reino Unido)
11 Italiano
5 Francês (França)
4 Alemão
1 Japonês
1 Holandês
1 Turco
1 Galês
1 Norueguês (Bokmal)
1 Esloveno



Biblioteca da Floresta Linha do tempo ▼

Visão geral Curtir Alcance Falando sobre isso

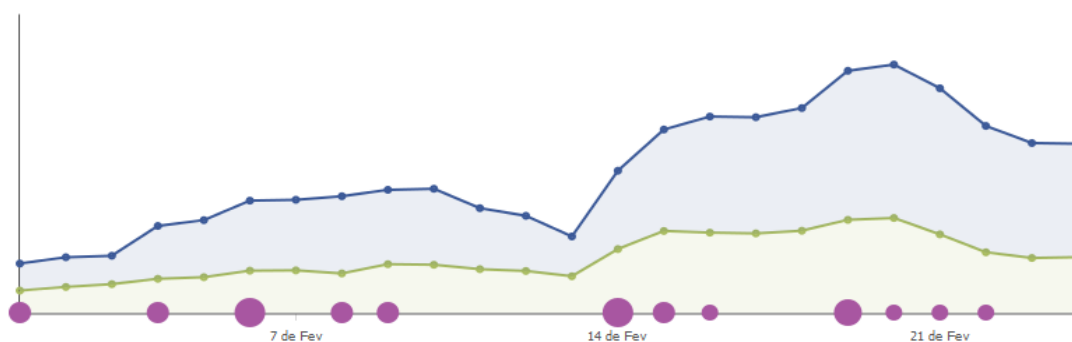
Todas as datas e os horários estão no Horário do Pacífico

Exportar dados

Total de opções "Curtir"? Amigos de fãs? Pessoas falando sobre isto? Alcance total semanal?

5.253 ↑ 0,59% 723.219 ↑ 2,11% 260 ↑ 8,79% 4.193 ↓ -17,67%

Publicações? Pessoas falando sobre isto? Alcance total semanal?



Publicações da página (Atualizado há 6 minutos)

Visão Geral do Facebook:



Biblioteca da Floresta

Linha do tempo ▼

Data ? ▼	Publicação ?	Alcance ?	Usuários envolvidos ?	Falando sobre isso ?	Efeito viral ?	
28/2/2013	Biblioteca da Floresta adicionou uma nova...	1.188	38	29	2,44%	
27/2/2013	Biblioteca da Floresta adicionou uma nova...	617	17	11	1,78%	
27/2/2013	O X Festival Acreano de Vídeo tem sido u...	662	20	15	2,27%	
27/2/2013	No segundo dia do X Festival Acreano de ...	511	23	15	2,94%	
26/2/2013	Biblioteca da Floresta adicionou uma nova...	1.444	53	36	2,49%	
26/2/2013	A abertura do X Festival Acreano de Víde...	911	48	32	3,51%	
25/2/2013	Corre que ainda dá tempo de participar co...	428	13	9	2,1%	
25/2/2013	Começa hoje o X Festival Acreano de Víde...	2.572	116	91	3,54%	
22/2/2013	Você já sabe do X Festival Acreano de Víde...	374	15	10	2,67%	
21/2/2013	Hoje recebemos a visita especial de crianç...	487	25	17	3,49%	
19/2/2013	N O T A D E P E S A R... A Biblioteca da Fl...	1.126	31	18	1,6%	

